mediametrie

mediametrie // NetRatings

Levallois, le 2 octobre 2007

**COMMUNIQUE DE PRESSE**

# L'audience de l'Internet en France

## Août 2007

## Une consommation Internet en hausse

### Près de 12 millions de visiteurs uniques en moyenne par jour

**Source : Médiamétrie//NetRatings - Domicile et / ou Lieu de Travail – Applications Internet incluses - France - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés**

En août 2007, 11 666 000 Français se sont connectés à Internet en moyenne sur une journée. Ceci représente une progression de **22,6%** par rapport au mois d'août 2006. Le nombre moyen de visiteurs uniques [1] par jour est quasiment stable par rapport à juillet 2007 puisqu'il enregistre une très légère baisse de 0,6% en un mois.

| | **Août 2007** | Juillet 2007 | Août 2006 | Evolution sur un an |
|---|---|---|---|---|
| **Moyenne quotidienne** du nombre de Visiteurs Uniques | **11 666 000** | 11 739 000 | 9 515 000 | + 22,6% |

### 1,3 milliard d'heures passées sur ordinateur

**Source : Médiamétrie//NetRatings - Domicile et / ou Lieu de Travail – Applications Internet incluses - France - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés**

En août 2007, le temps total passé par les Français sur ordinateur s'élève à 1,3 milliard d'heures, soit une progression de **24,3%** en un an. Saisonnalité oblige, le temps PC total enregistre une baisse de 4,4% par rapport au mois précédent.

| | **Août 2007** | Juillet 2007 | Août 2006 | Evolution sur un an |
|---|---|---|---|---|
| **Temps Total** passé sur ordinateur (en milliers d'heures) | **1 274 000** | 1 332 000 | 1 025 000 | + 24,3% |

# Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Août 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

| Rang | Marque (3) | Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4) |
|---|---|---|
| 1 | Google | 23 047 000 |
| 2 | Orange | 15 063 000 |
| 3 | MSN/Windows Live | 14 987 000 |
| 4 | Free | 14 371 000 |
| 5 | Yahoo! | 11 385 000 |
| 6 | PagesJaunes | 11 094 000 |
| 7 | eBay | 9 997 000 |
| 8 | TF1 Network (5) | 9 672 000 |
| 9 | Microsoft | 8 862 000 |
| 10 | Voila | 7 829 000 |
| 11 | L Internaute Magazine | 7 752 000 |
| 12 | Mappy | 7 574 000 |
| 13 | Wikipedia | 7 381 000 |
| 14 | YouTube | 6 221 000 |
| 15 | Skyrock Network (5) | 6 157 000 |
| 16 | aufeminin.com Network (5) | 6 119 000 |
| 17 | ViaMichelin | 5 807 000 |
| 18 | 01net. Network (5) | 5 727 000 |
| 19 | Meteo France | 5 641 000 |
| 20 | voyages-sncf.com | 5 570 000 |
| 21 | AOL Media Network (5) (*) | 5 553 000 |
| 22 | Fnac | 5 543 000 |
| 23 | La Redoute | 5 337 000 |
| 24 | Groupe 3SI | 5 160 000 |
| 25 | Doctissimo Network (5) | 5 028 000 |
| 26 | PriceMinister | 5 005 000 |
| 27 | Lycos Europe | 5 002 000 |
| 28 | Bestofmedia Network (5) | 4 764 000 |
| 29 | Alice | 4 709 000 |
| 30 | Dailymotion | 4 641 000 |

* Hors AOL Propriétaire

# Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet incluses (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Août 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

| Rang | Marque (3) | Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4) |
|---|---|---|
| 1 | Google | 23 113 000 |
| 2 | MSN/Windows Live | 18 311 000 |
| 3 | Orange | 15 666 000 |
| 4 | Microsoft | 15 637 000 |
| 5 | Free | 14 371 000 |
| 6 | Yahoo! | 11 679 000 |
| 7 | PagesJaunes | 11 094 000 |
| 8 | eBay | 9 997 000 |
| 9 | TF1 Network (5) | 9 672 000 |
| 10 | Voila | 7 829 000 |
| 11 | L Internaute Magazine | 7 752 000 |
| 12 | Mappy | 7 574 000 |
| 13 | Wikipedia | 7 381 000 |
| 14 | AOL Media Network (5) | 7 345 000 |
| 15 | YouTube | 6 221 000 |
| 16 | Skyrock Network (5) | 6 159 000 |
| 17 | aufeminin.com Network (5) | 6 119 000 |
| 18 | ViaMichelin | 5 807 000 |
| 19 | eMule | 5 805 000 |
| 20 | 01net. Network (5) | 5 727 000 |
| 21 | Meteo France | 5 641 000 |
| 22 | voyages-sncf.com | 5 570 000 |
| 23 | Fnac | 5 543 000 |
| 24 | La Redoute | 5 337 000 |
| 25 | Groupe 3SI | 5 160 000 |
| 26 | Apple | 5 145 000 |
| 27 | Doctissimo Network (5) | 5 028 000 |
| 28 | PriceMinister | 5 005 000 |
| 29 | Lycos Europe | 5 002 000 |
| 30 | Real Network (5) | 4 965 000 |

# Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

**Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Août 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés**

| Rang | Marque (3) | Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4) |
|---|---|---|
| 1 | Google | 23 047 000 |
| 2 | Orange | 15 063 000 |
| 3 | MSN/Windows Live | 14 987 000 |
| 4 | Yahoo! | 11 385 000 |
| 5 | PagesJaunes | 11 094 000 |
| 6 | TF1 Network (5) | 9 672 000 |
| 7 | Voila | 7 829 000 |
| 8 | L Internaute Magazine | 7 752 000 |
| 9 | Mappy | 7 574 000 |
| 10 | YouTube | 6 221 000 |
| 11 | Skyrock Network (5) | 6 157 000 |
| 12 | aufeminin.com Network (5) | 6 119 000 |
| 13 | 01net. Network (5) | 5 727 000 |
| 14 | AOL Media Network (5) (*) | 5 553 000 |
| 15 | La Redoute | 5 337 000 |
| 16 | Groupe 3SI | 5 160 000 |
| 17 | Doctissimo Network (5) | 5 028 000 |
| 18 | Lycos Europe | 5 002 000 |
| 19 | Bestofmedia Network (5) | 4 764 000 |
| 20 | Alice | 4 709 000 |
| 21 | Dailymotion | 4 641 000 |
| 22 | AlloCine | 4 534 000 |
| 23 | M6 Network (5) | 4 458 000 |
| 24 | commentcamarche.net | 4 301 000 |
| 25 | France Televisions | 3 940 000 |
| 26 | Clubic.com | 3 225 000 |
| 27 | LeGuide.com Network (5) | 3 223 000 |
| 28 | Prisma Presse (G+J) Network (5) | 2 782 000 |
| 29 | Le Monde | 2 697 000 |
| 30 | SFR | 2 251 000 |
| 31 | Le Figaro | 2 209 000 |
| 32 | Boursorama Network (5) | 2 187 000 |
| 33 | lastminute.com Network (5) | 2 061 000 |
| 34 | Cityvox | 1 941 000 |
| 35 | Le Journal du Net | 1 897 000 |
| 36 | Caradisiac | 1 890 000 |
| 37 | Shopping.com Network (5) | 1 862 000 |
| 38 | Alapage | 1 790 000 |
| 39 | RTL Network (5) | 1 501 000 |
| 40 | nouvelobs.com | 1 491 000 |
| 41 | ZDNet | 1 420 000 |
| 42 | RATP | 1 389 000 |
| 43 | Groupe Express-Expansion Network (5) | 1 379 000 |
| 44 | Expedia | 1 325 000 |
| 45 | CNET Networks Entertainment | 1 313 000 |
| 46 | achetezfacile.com | 1 259 000 |
| 47 | Magicmaman.com NetWork (5) | 1 242 000 |
| 48 | Liberation | 1 231 000 |
| 49 | Le Guide du Routard | 1 214 000 |
| 50 | seloger.com network (5) | 1 179 000 |

* Hors AOL Propriétaire

# Définitions et Méthodologies

**DEFINITIONS**

[1] **Visiteurs Uniques** : Il s’agit du nombre total d’individus s’étant connectés à Internet sur un ordinateur au moins une fois pour la période concernée.

[2] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d’installation, les systèmes d’exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[3] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l’audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l’audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

[4] **Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion** : Il s’agit du nombre total d'individus ayant visité une marque (brand) au moins une fois pour la période concernée, quel que soit le lieu de connexion. Les individus ayant visité la même marque plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[5] **Network** : Le network permet de rassembler sous un niveau unique un ensemble de sites différents réalisés par un même éditeur ou faisant l’objet d’une cession de trafic sous certaines conditions.
Sur chaque page de chacun des sites attachés à ce network, il doit être fait une mention claire de ce network, selon différentes options :
- Mention en haut de page du Network: logo du Network ou petit texte. Il est également possible d'intégrer le nom du Network dans la Brand,
- Mention du Network en bas de page: logo du Network ou petit texte

Cette mention doit être identique sur l’ensemble des pages du site concerné.

[6] **Autres lieux de connexion** : Désigne les lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, …), les lieux d’études (universités, écoles, bibliothèques, …), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

## METHODOLOGIES

### A/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 8 500 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

### B/ La Mesure d'Audience de l'Internet Tous Lieux de Connexion en France

Médiamétrie//NetRatings a développé une méthode exclusive d'évaluation de l'audience tous lieux de connexions. Elle permet d'obtenir une vision exhaustive des pratiques Internet des Français, en prenant pour la première fois en compte les autres lieux de connexion (6), en complément du domicile et du lieu de travail.

Cette extension du champ de la mesure est le résultat d'une modélisation statistique élaborée par Médiamétrie ; elle permet d'estimer l'audience Internet réalisée sur les autres lieux.
La modélisation est réalisée à partir des informations de trois études :
- Le panel Médiamétrie//NetRatings.
- L'Observatoire des Usages Internet.
- Une étude développée spécifiquement pour la mesure tous lieux : elle donne, par lieu de connexion, des indications sur le profil et le comportement de la population internaute, telles que la taille, le profil socio-démographique et la fréquence de connexion, ainsi que les catégories de sites visités.

Cette méthodologie unique s'appuie sur l'expertise scientifique des équipes et sur la précision des études de Médiamétrie//NetRatings dans le domaine de la mesure de l'audience de l'Internet. A ce titre, elle fait l'objet d'un dépôt de brevet par Médiamétrie.

### *A propos de Médiamétrie*

*Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2006, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 43 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.*

### *A propos de Médiamétrie//NetRatings*

*Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise la mesure d'audience de référence de l'Internet en France.*

**Pour toute information presse contacter :**

Nelly Dubner
Tél. : 01 47 58 97 26 - Fax : 01 47 58 09 26
E-mail : ndubner@mediametrie.fr
www.mediametrie.fr